

DAFTAR PUSTAKA

- Davis, F. D. 1989. *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quarterly. Vol. 13 No. 3. h. 319-40.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardanti dan Saraswati, Erwin. 2013. *Faktor Minat Perilaku Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce*. Simposium Nasional Akuntansi XVI.
- Istianingsih dan Setyo Hari Wijanto. (2007). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Perceived Usefulness Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi. *Kajian Riset Sistem Informasi*. Universitas Indonesia.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kyauk, S ,T., Chaipoopiruutana,S. (2014), Factors Influencing Repurchase Intention: A Case Study of Xyz.Com Online Shopping Website in Myanmar, *Humanities and Management*.
- Miyazaki, A. D., and Fernandez, A. 2001. "Consumer Perceptions of Privacy and Security Risks for Online Shopping." *Journal of Consumer Affairs*, 35(1), pp.27-44.
- Novitasari dan Baridwan, Zaki. 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Penggunaan Sistem E-Commerce*. JIMFEB. Volume 1. Nomor 2.
- Prabowo, Hendro. *Arsitektur, Psikologi dan Masyarakat*. Jakarta: Gunadarma. 1998.
- Putri dan Novianti Nurlita. 2015. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kenyamanan, Kepercayaan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Kembali Secara Online*. JIMFEB. Volume 4. Nomor 2.
- Saleh, Zakaria PhD. 2013. The Impact of Identity Theft on Perceived Security and trusting E-Commerce. *Journal of Internet Banking and E-Commerce*. Volume 18(2); pp.1-11.
- Sekaran, U. 2006. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. PT. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Shomad, Andrie. 2012. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan ECommerce*. JIMFEB. Volume 1. Nomor 2.
- Sugiyono. (2008). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, M. 2003. *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: ANDI.
- Trisnawati., Suroso, Agus dan Kumorohadi, Untung. Analisis Faktor-Faktor Dari Niat Pembelian Kembali Secara Online (Study Kasus Pada Konsumen Fesh Shop). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. Volume 19. Nomor 2.
- Wen, C., Prybutok, V.R. and Xu, C. (2011), An integrated model for customer online repurchase intention, *Journal of Computer Information Systems*, Vol. 52 No. 1, pp. 14-23.
- Yu-Bin, Chiu; Chieh-Peng, Lin; Ling-Lang, Tang. 2004. Gender Divers: Assesing a Model Of Online Purchases Intentions in E-Tail Service. *International Journal Of Service Industry Management*. Volume 16 (5); pp.416-435.
- Yutadi, Krisnu Putra. 2015. *Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Ecommerce*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Yolanda, Arabella. 2014. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce (E-commerce)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.